



UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT-MARKETING

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIȘTE
1.2 Facultatea/Departamentul	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclu de studii	MASTER
1.6 Programul de studii/Calificarea	Managementul informațiilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Responsabilitatea socială a organizațiilor						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ.dr. Ghibanu Adrian Ionut						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ.dr. Ghibanu Adrian Ionut						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					70
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutoriat					-
Examinări					8
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					108
3.9 Total ore pe semestru					150
3.10 Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams.

6. Competențe specific acumulate

Competențe profesionale	C6. Planifică măsuri de protejare a patrimoniului cultural (2/6) C8. Elaborează politici în materie de concurență (2/6) C15. Stabilește contacte cu autorități locale (1/6)
Competențe transversale	CT3. Gestionează evoluția personală (1/6)

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specific acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptul și procesul de RSO, precum și cu integrarea acestuia în agenda companiilor moderne.
7.2 Obiectivele specific	Formarea abilităților de planificare strategică a procesului de RSO în organizație

8. Conținuturi

Curs	Metode de predare	Obs.
C1: Conceptualizarea responsabilității sociale corporative Definiția responsabilității sociale corporative/organizaționale Concepte, abordări, etc.	Prelegere, dezbateri	2h
C2: Dimensiunile responsabilității sociale corporative/organizaționale	Prelegere, dezbateri	2h
C3: Principalele abordări ale responsabilității sociale corporative/organizaționale	Prelegere, dezbateri	2h
C4. – C5: Argumentele pro și contra responsabilitate socială corporativă/organizațională	Prelegere, dezbateri	4h
C6. – C7: Implicarea companiilor în acțiuni responsabile social. Reacția companiilor la problemele de ordin social	Prelegere, dezbateri	4h
C8. - C9: Operaționalizarea responsabilității sociale corporative/organizaționale	Prelegere, dezbateri	4h
C10. Instrumentele specifice responsabilității sociale corporative/organizaționale	Prelegere, dezbateri	2h
C11: Responsabilitatea socială corporativă și companiile multinaționale. Dezvoltarea responsabilității sociale corporative pe plan global. Analiza critică a relației responsabilitate socială corporativă – societăți multinaționale – globalizare	Prelegere, dezbateri	2h
C12. - C13: Relația dintre performanța socială a organizației și cea financiară. Avantajele corporative ale implicării în acțiuni responsabile social. Performanța socială versus performanța financiară	Prelegere, dezbateri	4h
C14. Provocările actuale ale responsabilității sociale corporative/organizaționale. Asocierea dintre RSC /RSO și societățile multinaționale	Prelegere, dezbateri	2h

Bibliografie

- Falck, Oliver, Heblich, Stephan, Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good, Business Horizons, Vol. 50, Issue 3, pag. 247-254, Elsevier Science Inc., USA, 2007
- Frederick, Robert E., La ética en los negocios: Aplicación a problemas específicos en las organizaciones de negocios, Oxford University Press, México, 2001
- Galbreath, Jeremy, Corporate Social Responsibility Strategy: Strategic Options, Global Considerations, Corporate Governance, Vol. 6, No. 2, pag. 175-187, Emerald Group Publishing Ltd., Bradford, UK, 2006
- Genest, Christina M., Cultures, Organizations and Philanthropy, Corporate Communications: An International Journal, Vol. 10, No. 4, pag. 315-327, Emerald Group Publishing Ltd., Bradford, UK, 2005
- Godfrey, Paul C., Hatch, Nile W., Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century, Journal of Business Ethics, Vol. 70, No. 1, pag. 87-98, Springer Netherlands, Dordrecht, Netherlands, 2007
- Kolk, Ans, Tulder, Rob Van, Poverty Alleviation as Business Strategy? Evaluating Commitments of Frontrunner Multinational Corporations, World Development, Vol. 34, Issue 5, pag. 789-801, Pergamon-Elsevier Science Ltd., Oxford, UK, 2006
- Kotler, Philip, Lee, Nancy, Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, Best practices from Hewlett-Packard, Ben & Jerry's, and other leading companies, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA, 2005
- Kroll, Karen M., Good deeds deliver, Industry Week, USA, 15.01.2001, http://www.findarticles.com/p/articles/mi_hb3044/is_200101/ai_n13039991
- Lane, Henry W., DiStefano, Joseph J., Maznevski, Martha L., International Management Behavior: Text, Readings and Cases, 4th Edition, Blackwell Publishing, UK, 2000
- Levis, Julien, Adoption of Corporate Social Responsibility Codes by Multinational Companies, Journal of Asian Economics, Vol. 17, Issue 1, pag. 50-55, Elsevier Science Inc., USA, 2006
- Weiss, Anne, Developing Social Indicators for Use in GRI Sustainability Reporting, PriceWaterhouse Coopers, 09.1999, http://www.ilo.org/vpidocuments/NEFA_1.pdf
- Werther Jr., William B., Chandler, David, Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance, Business Horizons, Vol. 48, Issue 4, pag. 317-324, Elsevier Science Inc., USA, 2005
- Zaiț, Dumitru, Management intercultural: Valorizarea diferențelor culturale, Editura Economică, București, 2002
- www.bsr.org, www.europa.eu.int, www.responsabilitatesociale.ro, www.oecd.org.
- Nicolescu, Ovidiu; Popa, Ion; Dumitrascu, Danut, Abordari si studii de caz relevante privind managementul

organizațiilor din România în contextul socio-economic complex, influențat de pandemia Covid-19, digitalizare și trecerea la economia bazată pe cunoaștere, București, Pro Universitaria, 2022.		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Obs.
S1. Responsabilitatea socială a organizațiilor: definiții, obiective, roluri. Studii de caz	explicația, aplicații practice	2h
S2-S3. Tipuri și instrumente folosite în RSO. Dezbateri, Studii de caz, Aplicații	explicația, aplicații practice	4h
S4. - S5. Responsabilitatea socială la nivel global. Statele Unite ale Americii versus Uniunea Europeană: Studii de caz. Dezbateri	explicația, aplicații practice	4h
S6. – S7. Responsabilitatea socială a organizațiilor în România. Studii de caz. Dezbateri	explicația, aplicații practice	4h
Bibliografie		
- Falck, Oliver, Heblich, Stephan, Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good, Business Horizons, Vol. 50, Issue 3, pag. 247-254, Elsevier Science Inc., USA, 2007 - Frederick, Robert E., La ética en los negocios: Aplicación a problemas específicos en las organizaciones de negocios, Oxford University Press, México, 2001 - Galbreath, Jeremy, Corporate Social Responsibility Strategy: Strategic Options, Global Considerations, Corporate Governance, Vol. 6, No. 2, pag. 175-187, Emerald Group Publishing Ltd., Bradford, UK, 2006 - Genest, Christina M., Cultures, Organizations and Philanthropy, Corporate Communications: An International Journal, Vol. 10, No. 4, pag. 315-327, Emerald Group Publishing Ltd., Bradford, UK, 2005 - Godfrey, Paul C., Hatch, Nile W., Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century, Journal of Business Ethics, Vol. 70, No. 1, pag. 87-98, Springer Netherlands, Dordrecht, Netherlands, 2007 - Kolk, Ans, Tulder, Rob Van, Poverty Alleviation as Business Strategy? Evaluating Commitments of Frontrunner Multinational Corporations, World Development, Vol. 34, Issue 5, pag. 789-801, Pergamon-Elsevier Science Ltd., Oxford, UK, 2006 - Kotler, Philip, Lee, Nancy, Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, Best practices from Hewlett-Packard, Ben & Jerry's, and other leading companies, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA, 2005 - Kroll, Karen M., Good deeds deliver, Industry Week, USA, 15.01.2001, http://www.findarticles.com/p/articles/mi_hb3044/is_200101/ai_n13039991 - Lane, Henry W., DiStefano, Joseph J., Maznevski, Martha L., International Management Behavior: Text, Readings and Cases, 4th Edition, Blackwell Publishing, UK, 2000 - Levis, Julien, Adoption of Corporate Social Responsibility Codes by Multinational Companies, Journal of Asian Economics, Vol. 17, Issue 1, pag. 50-55, Elsevier Science Inc., USA, 2006 - Weiss, Anne, Developing Social Indicators for Use in GRI Sustainability Reporting, PriceWaterhouse Coopers, 09.1999, http://www.ilo.org/vpidocuments/NEFA_1.pdf - Werther Jr., William B., Chandler, David, Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance, Business Horizons, Vol. 48, Issue 4, pag. 317-324, Elsevier Science Inc., USA, 2005 - Zaiț, Dumitru, Management intercultural: Valorizarea diferențelor culturale, Editura Economică, București, 2002. - Nicolescu, Ovidiu; Popa, Ion; Dumitrascu, Danut, Abordări și studii de caz relevante privind managementul organizațiilor din România în contextul socio-economic complex, influențat de pandemia Covid-19, digitalizare și trecerea la economia bazată pe cunoaștere, București, Pro Universitaria, 2022. www.bsr.org, www.europa.eu.int, www.responsabilitatesociala.ro, www.oecd.org.		

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluarea cunoștințelor acumulate	Răspunsurile la examen	50 %
	Participare constantă la activitatea didactică.	Evaluare pe parcurs – test de capitole	5 %
10.5 Seminar/ laborator	Lucrări de control		
	Realizarea de teme / referate / eseuri / proiecte	Sustinere referat	40 %
	Prezență și activitate curentă seminar		5 %

10.6 Standard minim de performanță
☐ Cunoașterea conceptului RSO și importanța acestuia în relația cu managementul organizației ☐ Îndeplinirea condițiilor minime ale realizării unui referat

Data completării
23.09.2024

Semnătura titularului de curs
Lect. univ.dr. Adrian Ionuț Ghibanu

Semnătura titularului de seminar
Lect. univ.dr. Adrian Ionuț Ghibanu

Data avizării în departament
26.09.2024

.....
Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreiana

.....